

# 川内川水系 かわまちづくり 観光振興部会の活動報告

坂田 朋幸<sup>1</sup>

<sup>1</sup>九州地方整備局 川内川河川事務所 調査課（〒895-0075 鹿児島県薩摩川内市東大小路町20番2号）

川内川流域は、各箇所地域資源が存在し、観光地等としてにぎわいをみせており、地域住民は川内川の安全な水辺の利活用を望んでいるものの、高水敷に雑草が繁茂し荒れ地になっているなど、安全にアクセスしにくい状況や利活用が困難な状況にあった。そこでH29年3月に川内川水系かわまちづくり計画を策定し、河川の利活用による地域活性化や河川景観の向上を目指し、現在も整備を行っている。今回は、川内川水系かわまちづくり観光振興部会が川内川流域の地域活性化のためにH29年からR1年度まで活動してきた内容について報告する。

**Key Words:** 川内川水系かわまちづくり、観光振興部会、川内川ブランド

## 1. はじめに

熊本県、宮崎県及び鹿児島県の3県、6市4町にまたがる川内川は、幹線流路延長137km、流域面積1,600km<sup>2</sup>の一級河川である。

川内川水系では、平成22年度に「かわまちづくり」に係る環境整備事業に着手しており、現在もなお、地元自治体や地域住民等と協力して事業を進め、平成33年度までに当面整備予定の10地区の整備を完了させる予定である。各地区、整備完了後は、モニタリング調査等を実施し、平成38年度に完了予定である。また、H29年3月に川内川流域の薩摩川内市、さつま町、伊佐市、湧水町、えびの市の3市2町の連名により川内川水系かわまちづくり計画の登録を全国で初めて行った。基本的には、箇所別の登録であるが、川内川流域はH18年の洪水被害に遭い、流域全体で国・自治体・地元住民等が連携して災害復旧に取り組んでいることから、流域の連携がとて強固なものとなり、災害復興を遂げた川内川流域での地域活性化を目指したいと地域からの声が挙がったため、「かわまちづくり制度」を活用した水系全体での計画を策定している。

かわまちづくりで実施する内容としては、河川改修等で創出された、空間や整備されていない河川空間を利活用するために、管理用通路・階段護岸・階段工・坂路等の整備、高水敷整正等を行い、水辺・水面利用時の安全

性と快適性を確保し、河川の利活用による地域活性化や河川景観の向上のために整備している。

本稿では、川内川水系かわまちづくりで整備された環境を活用し、地域活性化を目指し、川内川水系かわまちづくり観光振興部会が、H29年からR1年まで取り組んできた内容について報告するものである。

## 2. 川内川水系かわまちづくり観光振興部会とは

川内川水系かわまちづくり観光振興部会は、川内川水系かわまちづくりを中心とした、川内川ブランドを確立し、交流人口及び物産販路を拡大し、地域経済の活性化を図るため、H29年に会を発足している。組織としては、薩摩川内市・さつま町・伊佐市・湧水町・えびの市（3市2町）の観光部局、鹿児島県・宮崎県の地域振興局、川内川河川事務所、鶴田ダム管理所で形成されている。

川内川水系かわまちづくり観光振興部会のポイントとしては、県境を超えて各市町の観光部局と連携して進めていることや、河川利用の促進にとどまらず、観光客の増加や地域経済の活性化を目指していることである。

## 3 川内川水系かわまちづくり観光振興部会の取組

- (1) 観光を主軸にした川内川ブランド構築フロー  
以下のとおり4段階の構成となっている。

- ◎第1段階（H29年度）：調査  
↓
- ◎第2段階（H30年度）：商品化  
↓
- ◎第3段階（H31年度）：プロモーション  
↓
- ◎第4段階（R2年度）：ブランド化実現  
これから4つの段階毎に報告する。

(2) 第1段階（H29年度）の活動報告

○H29年度は旅行商品の開発や販路拡大、人材育成、プロモーション等を今後行うことから、そのための基礎資料や方向性を定めるための調査を実施。

<関係市町等へのヒアリング>

以下について、薩摩川内市、伊佐市、えびの市、さつま町、湧水町、川内川河川事務所、鶴田ダム管理所、始良・伊佐振興局、北薩地域振興局へヒアリングを実施。

(ヒアリング内容)

・現状、課題、ニーズ

川内川流域3市2町への入込客数は、約730万人前後で推移しており、全体の約5割は薩摩川内市を訪れている現状。宿泊者数は約60万人前後で推移しており、宿泊者のうち約6割は薩摩川内市へ宿泊している。また、旅行者の交通手段（2次交通含む）においては、薩摩川内市、湧水町ではJRの駅を利用した来訪者も見られたが、全体で見るとほとんどの来訪者は車（もしくはレンタカー）で来訪しているという現状であった。

観光客のニーズは、団体旅行から個人やファミリー層といった少人数で旅行へのニーズが高まる傾向にありグリーン・ツーリズムやブルー・ツーリズム、着地型観光など旅行者が求めているニーズも多様化している。これまでの観光スポットを訪れる観光から、その地域ならではのさまざまな体験を行う着地型観光に旅行者の関心が高まりつつあった。

・3市2町の取組（観光や施策等）、現状

【薩摩川内市】甕島を目玉としたPR、明治維新150年や武家屋敷、高城温泉を活かしたPR、きゃんぱく（体験プランへの取組）

【伊佐市】自然体験、食がキーワード、滞在型の観光への施策を検討、曾木の滝から大鶴湖遊覧船の運航で観光客の滞在時間を増やしたい。

【さつま町】川内川流域では伊佐市とのDMO連携を進めていきたい。

【湧水町】登山・トレッキング、イベントが観光資源であり、宿泊施設や飲食店が少ないので通過点と

なっているため、体験型観光により、滞在時間を増やす。

【えびの市】えびの高原が主体。アウトドア拠点施設がオープン予定。地元の人も花火大会か出初め式ぐらいしか河川敷に行く人がいない。

<まとめ>

関係機関へのヒアリングや既存調査の分析等から、川内川流域での観光振興を進める上での課題の一つとして、滞在目的が希薄なことや、流域の観光資源が十分に知られていないため、多くの市町が通過点となっている現状であった。それを改善するために各市町での滞在時間を増やすための対策として着地型観光のメニュー開発などが行われている。

もう一つの課題は交通であり、JRやバスなど公共交通機関のアクセスが悪く川内川流域を訪れる訪問者の多くは車で訪れている。そのため、移動手段を「車（レンタカー含む）」を利用した周遊観光のルート構築や川内川流域3市2町で取り組むプロモーション等の情報発信を行い、流域の魅力を知らせることが必要ということが分かった。

<今後に向けて>

現状の整理を実施したことで、課題や方針が見えてきたことから、具体的な今後の取組について以下の通り整理した。

○観光客動態調査の実施

・位置情報（スマートフォン、携帯電話等）を活用した川内川流域地域の観光客動態の調査、分析を実施することで川内川流域に訪れている観光客（ビジネス観光客含む）が、どこから来て、どこへ行くのかなど、観光客の動態を探り、ターゲット層にあった活動の展開を行う必要がある。

○川内川流域での情報発信

・旅行会社やメディア関係者等を対象としたモニターツアーの実施することで、旅行会社やメディア関係者を中心に川内川流域の土木遺構や観光地などを知ってもらうとともに、SNS等を活用した情報発信を行い、川内川流域のPRを行う必要がある。

○プロモーション計画の検討、実施

・川内川流域観光の情報発信（公告、PRプラン）の計画策定、実施。

観光客動態調査などを参考として、ターゲットを絞り込み、川内川流域の効果的な情報発信を行うための計画を策定し、計画に基づき、情報発信を

実施する必要がある。

### (3) 第2段階 (H30年度) の活動報告

#### ①位置情報を活用した川内川流域地域の観光客動態の調査、分析

・NTTドコモ「ドコモプレミアムパネル」を活用し川内川流域に訪れたことがある観光客を対象にアンケート調査を回実施し、調査結果を元に観光客の動態について分析した。

#### (アンケート内容)

- ・訪れた方の居住地
- ・年齢
- ・観光スポット (1番目から4番目) 訪れた順
- ・交通手段
- ・目的
- ・興味があるもの (観光地)

いくつか抜粋して上記を記載しているが、アンケートは30項目を回答していただいた。

#### (アンケート回答内容)

- ・鹿児島県内からの来訪者が多い。
- ・鹿児島県外からは居住地域別で福岡県、熊本県、宮崎県からの来訪者が多い。
- ・宿泊者は、宿泊先へ直接電話、もしくはネットの予約サイトを利用している。
- ・宿泊者の多くが1泊である。
- ・宿泊者の多くはホテルを利用
- ・1人～2人での来訪者が多い。
- ・川内川流域に訪れている来訪者の多くが、鹿児島市内から訪れ鹿児島市内に戻る傾向にある。
- ・来訪者のほとんどは自家用車で訪れている。
- ・流域で最初に訪れたスポットは「道の駅えびの」や「曾木の滝」が多い。
- ・訪れる際には口コミや自治体のHPを参考にしている。
- ・訪れたほとんどの来訪者が再訪を希望している。
- ・興味がある観光地として、「えびの高原」「甕島」「クルソン峡」「魚野の雲海」「川内高城温泉」等が多く挙げられた。
  - ・5市町で利用した平均金額は食事 (4,983円)、お土産 (4,606円)、イベント (3,034円)
  - ・5市町を訪れた一番の目的は、家族旅行、出張、帰省の順で多かった。

#### (まとめ・考察)

- ・鹿児島県内からのターゲットは「鹿児島市」、「霧島市」

- ・鹿児島県外からのターゲットは「福岡県」、「熊本県」
- ・宿泊施設はOTA (Online Travel Agent) との連携した施策の検討が必要。※OTAとはインターネット上で取引を行う会社のこと。
- ・情報発信は自治体、観光協会のHPやSNS等の口コミサイトを活用した川内川流域の情報発信が必要。

●以上のことより、福岡・熊本の旅行エージェント等と連携して、川内川流域の体験型観光 (SUP体験やインフラツアー) などとのツアー造成や川内川流域の5市町が連携したHP、SNS等での観光情報発信へ重点的に取り組む必要がある。口コミでの来訪が再訪を招くことから、SNS等を使ったキャンペーンや温泉を中心としたキャンペーンなどに取り組むことも必要である。

#### ②旅行会社やメディア関係者を対象としたモニターツアーの実施。

- ・2コースのモニターツアーを設定し、1泊2日の行程で、川内川流域内の市町への宿泊を計画し、参加者にアンケートを実施した。

モニターツアー①	8/6 (月) ~8/7 (火)	行程
1日目	9:30	JR川内駅集合 (東口)
	9:40	JR川内駅発
	10:30	薩摩びーどろ工芸 (ガラスカット体験)
	12:00	観音滝公園 (昼食)
	13:00	観音滝公園発
	14:00	SUP体験 (伊佐)
	16:00	伊佐より移動
	17:00	ホテル着 (京町観光ホテル)
	18:00	意見交換会
2日目	10:00	ホテル発
	10:30	グリーンパークえびの
	11:45	アワードファンティえびの道の駅えびの (昼食)
	13:00	道の駅えびの発
	14:00	丸池湧水 (湧水町)
	15:00	丸池湧水発
	15:40	西之城温泉 (さつま町)
	16:00	西之城温泉発
	16:40	JR川内駅着

表1. ツアーの行程

- ・モニターツアーは2コース実施したが、代表して表1のとおり1コースを紹介する。

#### (モニターツアーからの意見)

- ・SUP体験、カヌー体験は、旅行商品の中のアクティビティとして商品化する価値がある。
- ・鶴田ダムなどのインフラツアーは単体商品としても商品価値がある。
- ・各施設や道中でのガイドの必要性

#### (まとめ・考察)

●川内川流域での観光商品化を進めていく中で、各市町に点在する施設 (体験もの含む) をガイドや案内人など説明できる人材を活用して、旅行商品の魅力化を図ることが必要である。特に川内川を活かした、SUP体験、カヌー体験は、夏場にとらわれることなく実施

できる体験型のアクティビティとして、活用していくことが望ましい。

●鶴田ダムのインフラツアーと鶴田ダムカレーを連動させて、体験型のアクティビティとして、旅行商品化することも必要である。旅行会社のツアーに組み込むだけではなく、近隣地域の宿泊施設に泊まった観光客のオプションツアーや宿泊施設と連携した旅行商品としても十分に活用できる。

●団体客から個人客へと旅行消費の流れが変わる中で、いかに個人の旅行者を取り込むかが重要になるため、さらに体験型のアクティビティをブラッシュアップして、観光客や観光消費額の増加へ繋げることが必要である。

#### (4) 第3段階 (H31年度) の活動報告

○川内川流域観光の情報発信

<観光PR>

・北薩摩観光物産展

令和元年10月12日にJR鹿児島中央駅前AMU広場にて開催。薩摩川内市、さつま町、えびの市、北薩地域振興局（主催者）が参加。

(活動内容)

テントブースにポスターを掲示、パンフレット設置（参加市町分）しPR活動（パンフ配布・質問に関する回答）を行った。ステージでは部会のPR、各市町単独PRを行った。その中で、クイズも実施し観覧者も参加できるコーナーとなった。



写真1：展示ブースの様子

・オトナの夢！ラジオ

令和2年1月11日より福岡市で2日間開催された、RKB、LOVE FM、MBCのラジオ3局主催のイベントに参加。

(活動内容)

ブースに各市町のポスター・川内川流域マップのタペストリーを掲示各市町のPR動画放映、パンフレット配布を行った。ブースでは川内川流域で行ってみたいスポットのアンケートも実施した。その他、ステージでの

PRやラジオ番組での20秒PRを実施しました。



写真2：ブースの様子

<観光振興部会HP作成>

・川内川流域の観光素材や季節に応じたイベント情報を掲載。（川内川を学ぶ・遊ぶ、食べる・観光スポット・温泉、泊まる）の 카테고리やエリアマップから情報を得られる構成となっている。

<プロモーション作成>

・かわまちづくり観光振興部会テレビプロモーション（温泉を素材としたプロモーション）

○番組内容

薩摩川内市、さつま町、伊佐市、湧水町、えびの市の温泉をリレー形式で紹介する。自治体職員が各自自治体の川内川流域でタスキを受け取り紹介していく。

○撮影場所

薩摩川内市：川内高城温泉、渡唐口

さつま町：宮之城温泉、鶴田ダム

伊佐市：湯之尾温泉、曾木の滝

湧水町：三色温泉、丸池湧水

えびの市：白鳥温泉上湯、グリーンパークえびの

○放送時間

15分番組でありR2年3月1日～31日放送（1日2回）放送地域は、福岡県と熊本県の120万世帯である。

#### (5) 第4段階 (R2年度) ブランド化に向けて

H29年度からH31年度までブランド化へ向け、本稿で報告したようにさまざまな活動を行ってきた。今後は広報をメインとして川内川ブランドを広く知っていただけるように情報発信を行っていく。また、部会としても定期的に情報交換や協議の場を設け川内川流域が一体となって活気づくよう取り組んでいきたい。

また、H29年度に登録した水系かわまちづくりもR3年度を目処に整備が完了するため、より活用が広がり地域活性化につながると思われる。